



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Analisis Pengaruh *Perceived Organizational Support* Terhadap *Employee Engagement* dan *Affective Commitment* Serta Implikasinya Pada *Employee Performance*: Telaah Pada *Sales All Area* PT Zeelandia Indonesia” yang dilakukan peneliti menggunakan teknik analisa *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS 24, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan profil responden yang didapat, mayoritas responden pada penelitian ini adalah:
  - a. Mayoritas responden penelitian ini adalah karyawan laki – laki sebanyak 95 karyawan atau 75% dari total responden.
  - b. Sebanyak 35% dari total responden berusia 20 tahun sampai dengan 25 tahun.
  - c. Pendidikan terakhir sebanyak 68 karyawan atau sebesar 54% dari total responden memiliki pendidikan terakhir Diploma.
  - d. Lama bekerja karyawan sales PT Zeelandia Indonesia sebanyak 42% atau 53 karyawan telah bekerja selama 1 tahun sampai dengan 2 tahun.
  - e. Dengan status karyawan tetap sebanyak 126 orang atau sebesar 100%
  - f. Jabatan atau posisi sebagai sales sebanyak 126 orang atau sebesar 100%.

g. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah sales area jakarta dengan jumlah 39 orang atau 31% dari total keseluruhan responden di berbagai area.

1. H1: *Perceived organizational support* berpengaruh positif terhadap *employee engagement*.

Hasil menunjukkan bahwa *perceived organizational support* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap *employee engagement*.

Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan hasil *standard coefficient* 0.811 dan *p-value* 0.000 yang membuktikan bahwa hasil data mendukung hipotesis.

2. H2: *Perceived organizational support* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*

Hasil menunjukkan bahwa *perceived organizational support* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap *affective commitment*. Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan hasil *standard coefficient* 1.051 dan *p-value* 0.000 yang membuktikan bahwa hasil data mendukung hipotesis.

3. H3: *Employee engagement* berpengaruh positif terhadap *employee performance*

Hasil menunjukkan bahwa *employee engagement* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap *employee performance*. Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan hasil *standard coefficient* 0.531 dan *p-value* 0.000 yang membuktikan bahwa hasil data mendukung hipotesis.

4. H4: *Affective commitment* berpengaruh positif terhadap *employee performance*

Hasil menunjukkan bahwa *affective commitment* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap *employee performance*. Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan hasil *standard coefficient* 0.446 dan *p-value* 0.000 yang membuktikan bahwa hasil data mendukung hipotesis.

## 5.2 **Saran**

### 5.2.1 **Saran Untuk Perusahaan**

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti temukan, maka terdapat beberapa saran yang peneliti berikan :

1. Dari hasil penelitian ini, pada variabel *perceived organizational support* rata-rata menghasilkan jawaban dalam kategori “baik”. Dalam hal ini, PT Zeelandia Indonesia sudah memberikan dukungan kepada karyawan sesuai dengan kontribusi yang sudah dilakukan. Namun perusahaan tetap harus meningkatkan dukungan organisasi terhadap karyawannya terutama para *sales*. Untuk aspek pada indikator POS2 yaitu pernyataan bahwa “manajemen merasa bangga dengan prestasi saya di tempat kerja” memiliki *mean* terkecil jika dibandingkan dengan indikator lainnya dalam variabel *perceived organizational support* (POS). Sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Peneliti akan memberikan saran. Dalam memberikan dukungan organisasional terhadap karyawan.

Sebaiknya perusahaan dapat memberikan apresiasi lebih kepada karyawannya terutama para *sales* yang dapat mencapai target. Menurut Shannock (2006) dalam Sulastriningsih (2014) terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan dukungan organisasi terhadap karyawan. Salah satunya yaitu dengan peluang peningkatan karir atau promosi jabatan. Seorang *sales* yang berhasil mencapai target secara berturut – turut tanpa mengalami adanya penurunan selama jangka waktu satu tahun akan dimasukkan ke dalam kandidat karyawan yang akan melakukan promosi jabatan.

Tentunya sebelum dilakukan promosi, para kandidat akan melewati tahap test psikometri yang bertujuan untuk menemukan orang yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Setelah itu tahap selanjutnya kandidat akan mengikuti *training* khusus yang diadakan perusahaan contoh yaitu *training analytical thinking* dan *problem solving*. Dengan begitu diharapkan manajemen atau perusahaan dapat menghargai serta bangga terhadap prestasi karyawan. Selain itu, untuk menentukan karyawan yang berpotensi untuk mengikuti promosi jabatan yaitu dapat ditentukan dengan melalui 9 box *talent management*. 9 box model umumnya digunakan dalam *succession planning* (perencanaan suksesi) sebagai metode untuk mengevaluasi *talent pool* yang ada dan mengidentifikasi siapa saja yang berpotensi untuk menjadi pemimpin unit / bagian / divisi / perusahaan di masa mendatang.

2. Dari hasil penelitian ini, pada variabel *employee engagement* rata-rata menghasilkan jawaban dalam kategori “baik”. Namun perusahaan tetap harus meningkatkan *engagement* dari masing – masing karyawannya. Pada aspek EE5 memiliki *mean* terkecil dari seluruh indikator pada variabel *employee engagement* (EE). Sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Berikut saran yang sekiranya dapat peneliti berikan kepada perusahaan: Aspek EE5 memiliki pernyataan “saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan” hal tersebut mengindikasikan bahwa kurangnya dedikasi karyawan terhadap perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan di bab dua bahwa terdapat tiga aspek *engagement* menurut Schaufeli dan Bakker (2004). Salah satunya yaitu dedikasi, dedikasi ditandai oleh suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan dan tantangan.

Dalam hal tersebut, menandakan bahwa masih terdapat beberapa karyawan yang memiliki tingkat *engagement* yang kurang. Untuk kedepannya peneliti harap manajemen dapat mengadakan *survey* mengenai *engagement* para *sales* sehingga dengan diadakannya *survey* tersebut, manajemen dapat mengetahui sejauh mana tingkat *engagement* mereka terhadap perusahaan. Dengan begitu, manajemen dapat membuat beberapa program yang diperuntukkan untuk meningkatkan *engagement* serta tingkat dedikasi mereka terhadap pekerjaan maupun perusahaan. Salah satu caranya bisa

dengan berupa *training* atau pelatihan bagi para pimpinan maupun staf. Diharapkan dengan adanya pelatihan, para pimpinan dan staf yang bertugas dapat menciptakan iklim organisasi dan mampu mengembangkan kapasitasnya sebagai pimpinan dan staf yang mumpuni sehingga dapat membangun iklim organisasi yang kondusif bagi para sales untuk meningkatkan *engagement* karyawan.

3. Dari hasil penelitian ini, pada variabel *affective commitment* rata-rata menghasilkan jawaban dalam kategori “baik”. Namun pada aspek AC5 memiliki *mean* terkecil dari seluruh indikator pada variabel *affective commitment* (AC). Sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Pada aspek AC5 dengan pernyataan “perusahaan memiliki makna pribadi bagi saya” memiliki *mean* terkecil dari seluruh indikator pada variabel *affective commitment* (AC). Peneliti berharap untuk kedepannya perusahaan agar lebih melibatkan karyawan didalam pengambilan keputusan.

Dengan mengikutsertakan karyawan untuk dapat terlibat dalam memberikan pendapat ataupun ide, sehingga mereka dapat merasa dihargai dan dipercaya oleh perusahaan. Selain itu untuk menumbuhkan dan mempertahankan rasa persaudaraan diantara satu sama lain. Cara lainnya yaitu dengan memperbanyak kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan, contohnya yaitu bisa dengan

mengadakan quiz dimana pertanyaannya seputar perusahaan, budaya perusahaan ataupun yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4. Dari hasil penelitian ini, pada variabel *employee performance* rata-rata menghasilkan jawaban dalam kategori “baik”. Namun pada aspek EP2 memiliki *mean* terkecil dari seluruh indikator pada variabel *employee performance* (EP). Sehingga peningkatan lebih diprioritaskan pada aspek ini. Berikut saran yang sekiranya dapat peneliti berikan kepada perusahaan:

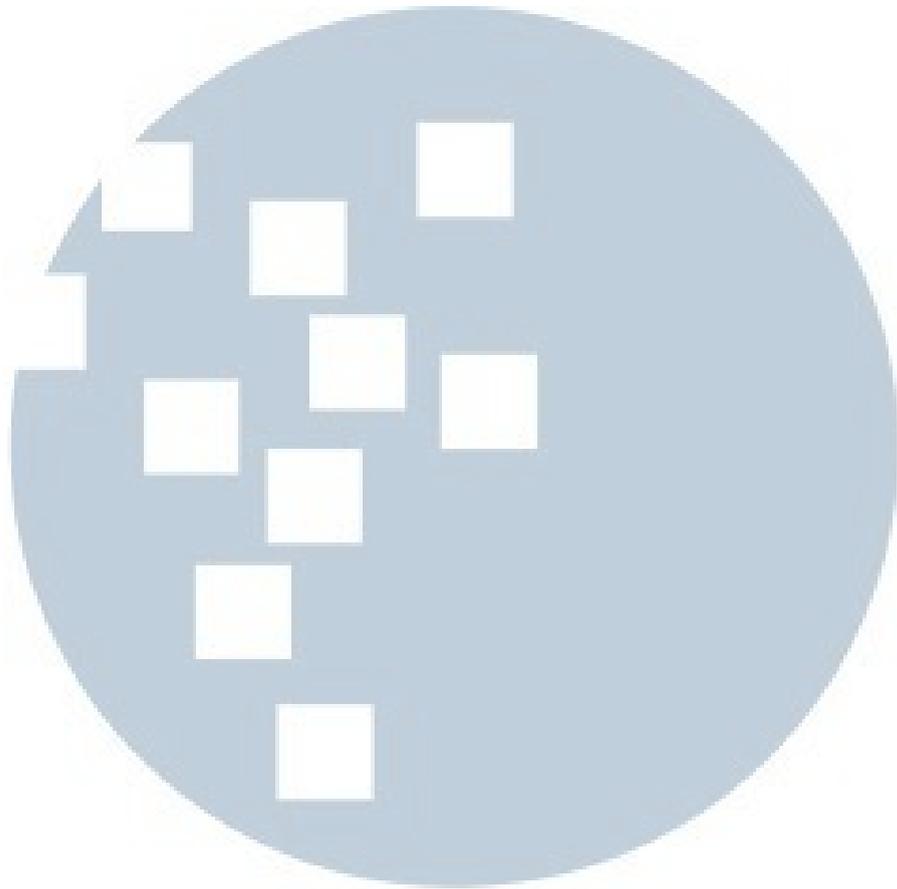
Pada aspek EP2 dengan pernyataan “saya bangga dengan kinerja saya di perusahaan” memiliki *mean* terkecil dari seluruh indikator pada variabel *employee performance* (EP). Peneliti memiliki saran untuk kedepannya perusahaan dapat mengapresiasi hasil kinerja karyawan terutama para *sales* berupa *reward (recognition)* berupa predikat “*sales of the month*”. Sehingga, diharapkan para sales lebih termotivasi atau bangga dengan kinerja dan penghargaan yang didapat. Seperti yang dilansir dari Forbes (2017), 90 persen karyawan yang sering mendapat penghargaan dari atasannya menunjukkan punya rasa kepercayaan tinggi pada atasannya tersebut. Hal tersebut tentu penting karena rasa nyaman dan percaya antara atasan dan karyawan mampu membuat situasi organisasi lebih kondusif.

## 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian, berikut merupakan beberapa saran untuk melakukan penelitian selanjutnya :

- 1.) Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel dan tidak hanya terbatas pada karyawan dengan jabatan sales saja namun karyawan per divisi.
- 2.) Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel – variabel lainnya yang sesuai dengan fenomena pada objek penelitian seperti *extrinsic reward*, *intrinsic reward*, dan *employee attitude* yang dapat ditemukan dalam jurnal Bashir et al., (2015) serta dimensi untuk variabel *organizational commitment* lainnya seperti *normative commitment* dan *continuance commitment* karena dalam penelitian ini hanya membahas dari sisi *affective commitment* saja.





UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA